

(19) 世界知的所有権機関  
国際事務局



(43) 国際公開日  
2004年3月4日 (04.03.2004)

PCT

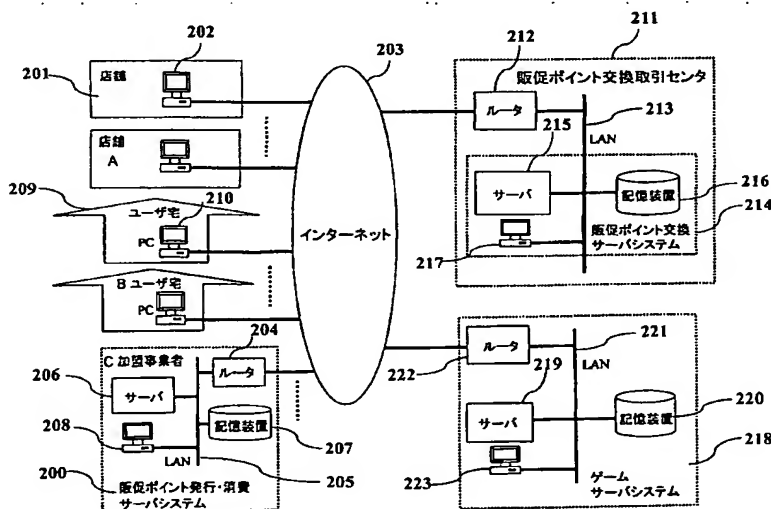
(10) 国際公開番号  
WO 2004/019252 A1

- (51) 国際特許分類: G06F 17/60 (72) 発明者; および  
(21) 国際出願番号: PCT/JP2003/001206 (75) 発明者/出願人 (米国についてのみ): 柳 政 社 (YOO,Sung-sam) [JP/JP]; 〒103-0027 東京都 中央区 日本橋二丁目 10番8号 株式会社アクセルリンケージラボ内 Tokyo (JP).  
(22) 国際出願日: 2003年2月6日 (06.02.2003)  
(25) 国際出願の言語: 日本語 (74) 代理人: 野村 泰久 (NOMURA,Yasuhisa); 〒102-0084 東京都 千代田区 二番町 8番地の20 二番町ビル Tokyo (JP).  
(26) 国際公開の言語: 日本語  
(30) 優先権データ: 特願2002-244407 2002年8月23日 (23.08.2002) JP (81) 指定国 (国内): AE, AG, AL, AM, AT, AU, AZ, BA, BB, BG, BR, BY, BZ, CA, CH, CN, CO, CR, CU, CZ, DE, DK, DM, DZ, EC, EE, ES, FI, GB, GD, GE, GH, GM, HR, HU, ID, IL, IN, IS, JP, KE, KG, KP, KR, KZ, LC, LK, LR, LS, LT, LU, LV, MA, MD, MG, MK, MN, MW, MX, MZ, NO, NZ, OM, PH, PL, PT, RO, RU, SC, SD, SE, SG, SK, SL,  
(71) 出願人 (米国を除く全ての指定国について): 株式会社アクセルリンケージラボ (AXLE LINKAGE LABO INC.) [JP/JP]; 〒103-0027 東京都 中央区 日本橋二丁目 10番8号 Tokyo (JP).

[続葉有]

(54) Title: SALES PROMOTION POINT EXCHANGE METHOD AND SYSTEM

(54) 発明の名称: 販促ポイント交換取引方法及びシステム



- 201...SHOP  
A...SHOP  
209...USER'S HOUSE  
B...USER'S HOUSE  
C...AFFILIATED COMPANY  
204...ROUTER  
206...SERVER  
207...STORAGE UNIT  
200...SALES PROMOTION ISSUING/CONSUMING SERVER SYSTEM  
203...INTERNET  
211...SALES PROMOTION POINT EXCHANGE CENTER  
212...ROUTER  
215...SERVER  
216...STORAGE UNIT  
214...SALES PROMOTION ISSUING/CONSUMING SERVER SYSTEM  
222...ROUTER  
219...SERVER  
220...STORAGE UNIT  
218...GAME SERVER

(57) Abstract: A sales promotion point exchange system comprises a sales promotion point issuing/consuming server system (200) for issuing/consuming a point or points for sales promotion under predetermined conditions on issuance/consumption for every shop, manufacturer, or group of shops or manufacturers in response to the operation by a user on the terminal and a sales promotion point exchange center (211) for allowing the point or points to circulate in a wider field. The sales promotion point exchange center (211) manages the exchange rate of the standard price of the point determined by the shop, manufacturer, or the group of shops or manufacturers who issues a point or points against the point that is determined by the shop, manufacturers, or the group of shops or manufacturers and consumed by the shop, manufacturers, or the group of shops or manufacturers and the point that is determined by the shop, manufacturers, or the group of shops or manufacturers and calculates the number of points necessary to exchange the points for goods or service that the user desires on the basis of the standard price and exchange rate in response to the request of the user, and carries out exchange for the sales promotion point(s) according to the calculated number of points. A sales promotion point exchange method is also disclosed.

[続葉有]



TJ, TM, TN, TR, TT, TZ, UA, UG, US, UZ, VC, VN, YU,  
ZA, ZM, ZW.

特許 (BF, BJ, CF, CG, CI, CM, GA, GN, GQ, GW, ML,  
MR, NE, SN, TD, TG).

(84) 指定国 (広域): ARIPO 特許 (GH, GM, KE, LS, MW, MZ,  
SD, SL, SZ, TZ, UG, ZM, ZW), ユーラシア特許 (AM,  
AZ, BY, KG, KZ, MD, RU, TJ, TM), ヨーロッパ特許  
(AT, BE, BG, CH, CY, CZ, DE, DK, EE, ES, FI, FR, GB,  
GR, HU, IE, IT, LU, MC, NL, PT, SE, SI, SK, TR), OAPI

添付公開書類:

— 国際調査報告書

2文字コード及び他の略語については、定期発行される  
各PCTガゼットの巻頭に掲載されている「コードと略語  
のガイダンスノート」を参照。

(57) 要約: 本発明の販促ポイント交換取引方法およびシステムは、ユーザの端末操作に対し、販売店、メーカ又はそれらのグループ毎の所定の発行条件・消費条件に基づいて販売促進用のポイントを発行・消費する販促ポイント発行・消費サーバシステム200と、該ポイントをより広範囲に流通するポイントとして機能させるための、販促ポイント交換取引センタ211とを備える。該販促ポイント交換取引センタ211は、前記ポイントを発行する店舗、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する前記ポイントの基準価格と、該販売店、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する、自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を前記基準価格および交換比率をもとに算出して、これをもとに販促ポイントの交換取引を行なう。

# 明 細 書

## 販促ポイント交換取引方法及びシステム

### 5 技術分野

本発明は、一般的に発行される販売促進等を目的としたポイント（割引券、利用券、スタンプ等）、特に、より利便性の高い、改善されたネット上のポイント流通サービスの管理・運営技術に関する。

### 10 背景技術

従来、販売促進等を目的として、特定の商店街又は特定のメーカ等において、ユーザによる商品の購入時に、割引券又は商品購入チケット等を配布し又はスタンプを押印すること等がよく行われている。ユーザは、次回のその店舗での買い物において、そのような割引券等（以下、販促ポイント、又は単にポイントという）を使用することにより、購入金額の割引を受けることができる。

このような販促ポイントサービスは、期間や商品を限定することにより、ユーザの購買意欲を増大させ、販売促進効果を生み出すことができる。

20 また、近年のインターネット等のコンピュータネットワークの普及により、例えばインターネット上のバーチャルモール等でのオンラインショッピングにおいて、各商品のWeb購入フォーム等を用いた注文時に、サーバコンピュータが、上述のような割引券等に相当する販促ポイントを発行し、それをユーザ毎にデータベースとして管理する

25 従来技術も知られている。ユーザは、次回のオンラインショッピング

時に、例えばユーザIDを入力することにより、自分に対して発行されている販促ポイント分の割引を受けることができる。

しかし、このような従来技術においては、販促ポイントの利用範囲は一般的に限定されており、発行店舗・メーカーのみににおいて、商品  
5 と交換したり、主催する懸賞に応募できたりするにすぎず、それにより発揮される販売促進効果も固定的であるという問題点を有していた。

これを解決する手法として、同じ出願人は、ネット上で流通する販売促進用の電子チップを提案している。（国際公開公報WO 99 / 6  
0 5 0 1 参照。）

10 また、これを発展させたものとして、消費範囲の限定されたポイントを買って他のもっと広域の消費範囲で消費可能にするシステムも提案している。（特開2001-229273号公報参照。）

しかし、上記提案のポイント買い取りシステムは、固定された店舗やメーカに縛られずより自由な販促ポイントの消費ができる画期的な  
15 ものではあるが、ポイントの下取り交換比率は固定されており、より柔軟な運用が個別の店舗やメーカー毎になされる方が販売戦略上有利である。

本発明は、従来より一層柔軟かつ強力な販売促進効果を発揮することのできる、利便性の高い、販促ポイントの電子流通機能を実現する  
20 ことを目的としている。

### 発明の開示

本発明は、電子流通単位を流通させるための電子流通方法又はシステムを前提とする。本発明の販促ポイント交換取引方法およびシステム  
25 ムは、ユーザの端末操作に対し、店舗、メーカ又はそれらのグループ

毎の所定の発行条件・消費条件に基づいて販売促進用のポイントを発行・消費する販促ポイント発行・消費手段（図 2 の販促ポイント発行・消費サーバシステム 200）と、該ポイントを、より広範囲に流通するポイントとして機能させるための、販促ポイント交換取引手段（図 2 の販促ポイント交換取引センタ 211）とを備える。該販促ポイント交換取引手段は、前記ポイントを発行する店舗、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する前記ポイントの基準価格と、該店舗、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する、自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を前記基準価格および交換比率をもとに算出して、これをもとに販促ポイントの交換取引を行なう。

本発明ではまず、ユーザによる、本販促ポイント交換取引サービス加入業者（店舗又はメーカ又はそれらのグループ）の製品・サービス等の購買や利用行為のための端末操作に対し、設定されているポイント発行条件又はポイント消費条件に基づき、電子流通単位であって所定の店舗又はメーカ毎又はそれらのグループ毎に発行されそれらの中で流通するポイント（販促ポイント）が、発行又は消費される。この端末操作は、所定の店舗等での商品等の購買動作に限定して行われる販促ポイント等の発行又は消費操作である。前記ユーザによる端末操作は、ユーザ宅内のインターネットに接続されたパーソナルコンピュータ（以下 PC）から、商品又は景品を注文するホームページに対するアクセス操作であってもよく、さらに前記ポイントは、広告ホームページやバナー等へのアクセス等によっても得られるポイントをも含む。

このことにより、ポイント獲得が商品購入等の有料の行為でなく、バナーを見る等の広告閲覧時にも得ることができるので、広告閲覧の促進を図ることができると同時に、本来のポイント利用への動機付けが促進される。ユーザはこれらの行為を繰り返し行なうことにより、販  
5 促ポイントを蓄積することができる。この、電子流通単位を流通させるための電子流通方法又はシステムは、本出願人が先に提案した、国際公開公報 WO 99/60501 記載の発明により実現されるものである。

次に、ユーザは、本販促ポイント交換取引システムを利用して行われる販促ポイント交換取引サービスの加入業者の商品・サービス等の中  
10 中で自分の欲しいものが、既に蓄積した前記所定の店舗又はメーカー又はそれらのグループ毎に発行されそれらの中で流通するポイント（販促ポイント）を使い、該販促ポイント交換取引サービスによって購入（ポイントとの交換）可能かどうかの見積もりを取るための端末操作を行なう。

15 一方、前記ポイントを発行する店舗又はメーカー又はそれらのグループは、別途自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格を定めると共に、前記自分又は自分のグループで消費されるポイントと前記自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントの基準価格との交換比率を、それぞれの販売戦略に従って任意に設定し、本販  
20 促ポイント交換取引センタの販促ポイント交換サーバシステムに登録する。

前記ポイントとの交換比率は、商品・サービスを提供する企業・店舗毎、または商品・サービス毎に設定可能であり、このことにより、本来の販促ポイントの目的である自社商品・サービスの再購入や再利  
25 用にユーザを誘導することができる。

前記ポイントの交換比率は、さらに季節等の時間・期間やポイントを消費する会員（ユーザ）の属性によっても設定可能である。このことにより、上記ユーザの販売誘導をさらにきめ細かく行うことが可能となる。

- 5      さらに、前記ポイントの交換比率はいつでも変更可能であり、また該比率の変更はリアルタイムで前記ポイントの発行や消費に反映される。

また、前記ポイントの還元引当金を懸賞原資として各種ゲームホームページ、クイズホームページ等を設け、少額の前記ポイントを参加  
10    権とする前記ゲーム等への参加により得られる懸賞としてポイントを参加者に還元すれば、ユーザにはゲーム等を通してポイントが増える楽しみが生じ、ポイントの利用を促進することができる。これは、特にユーザの手元に死蔵されがちな少額ポイントの利用を促進し、ポイントの有用性を高める効果がある。

- 15    ユーザからの見積り要求を受けた販促ポイント交換取引センタは、同センタ内の販促ポイント交換サーバシステムが管理する、見積もりを要求されている商品・サービスのポイント基準価格、ポイントとの交換比率、所定の店舗毎又はメーカー毎又はそれらのグループ毎のユーザ保有ポイント残高などのデータを参照して、当該商品の時価とユーザ  
20    保有ポイント残高の時価などの情報を、見積り結果としてユーザ端末に表示する。ユーザはこの情報をもとに必要ポイントを商品に交換するか否かを判断し、交換すると決めた場合はポイント利用の指示を販促ポイント交換取引センタに通知する。該センタはこの指示に従って、当該商品・サービスを提供する事業者に対して発注指示と代金（ポ  
25    イント）支払い処理とを行ない、その結果をユーザに通知すると共に、

この販促ポイント交換取引の結果に従って所定の店舗毎又はメーカー毎又はそれらのグループ毎のユーザ保有ポイント残高データを更新し、各ユーザおよび各事業者へ通知すると共に、該センタ内の販促ポイント交換サーバシステムに保存する。

5

#### 図面の簡単な説明

図 1 は、本発明の販促ポイント交換取引システムにおける処理の流れを示す図である。

図 2 は、本発明の販促ポイント交換取引システムの実施の形態の構成を示す図である。

図 3 は、ユーザの会員登録の際に表示される画面の例である。

図 4 は、事業者の加盟登録の際の入力画面の例である。

図 5 は、事業者がポイントレート・テーブルを登録する際の入力画面の例である。

図 6 は、事業者がポイントレート・テーブルを登録する際の入力画面の例である。

図 7 A は、ユーザへのポイント見積回答画面の例である。（直接入力）

図 7 B は、ユーザへのポイント見積回答画面の他の例である。（自動計算）

図 8 は、ポイント交換取引データとして保存されるデータの例である。

図 9 は、会員がゲーミングサービスを受ける時の処理の流れを示す図である。



### 発明を実施するための最良の形態

上記一連の手段により本発明の課題が解決されるのであるが、以下、図面を参照しながら、本発明の好適な実施の形態について詳細に説明する。

5      図1は本発明の販促ポイント交換取引システムにおける処理の流れを示したものである。本発明の販促ポイント交換取引システムは、同図に示すように、商品・サービスの購入者であり本販促ポイント交換取引システムの利用者でもある会員（もしくはユーザ）100、本販促ポイント交換取引システムによる販促ポイント交換取引サービスへの加  
10   盟事業者 101、および本販促ポイント交換取引システムのオペレータである販促ポイント交換取引センタ 102 によって運用される。ここで加盟事業者 101 は店舗、メーカ、およびゲーム事業者などの商品・サービス提供事業者を指し、インターネット Web 上での商品・サービス提供事業者をも含む。

15      また、図2は本発明の販促ポイント交換取引システムの実施の形態の構成を示すものである。

まず説明の簡単のため、本販促ポイント交換取引システムの会員になろうとするユーザは、所定の店舗又はメーカ又はそれらのグループ内のみで通用する販促用電子ポイントの発行・消費システムを既に持  
20   っ（あるいはそのようなシステムに既に参加している）商品・サービスの提供事業者の提供する、販促ポイント発行・消費サービスにあらかじめ加入しているものとする。

このような、所定の店舗又はメーカ毎又はそれらのグループ内のみで通用する販促用電子ポイントの発行・消費システムは、先述の本願  
25   出願人による別の発明（国際公開公報 W099/60501）により実現される。

図 2 には、このような販促用電子ポイントの発行・消費システムの具体的な構成例としての、販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 を同時に示す。この販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 は、たとえば図 2 に例示するようにサーバ 206、記憶装置 207、情報入出力装置 208、ルータ 204、および LAN 205 により構成できるが、本発明は必ずしもこの構成に限定するものではなく、たとえば記憶装置やルータ、LAN の、全部あるいは一部がサーバ本体と一体化されていたり、サーバが汎用の PC であつたりしてもよい。なお、このシステムの詳細な動作原理・特徴については上記の別発明の中で詳述しているので、ここでは省略する。

図 1 の手順 103 に示すように、本販促ポイント交換取引システムのユーザ 100 が加盟事業者 101 の商品・サービスを、その加盟事業者の店舗、或いは他の加盟事業者の店舗で購入すると、その購入額に対する一定割合の金額に相当する流通単位である販促ポイントが、ユーザに対して発行される。

この手順を図 2 の実施の形態の構成によって具体的に示すと、たとえば実際の店舗 201 で商品・サービスを購入する場合、次のようになる（ユーザ宅 209 内の PC 210 の Web 画面上で購入する場合も手順は同様）。まず店舗 201 に設置された販促ポイントクライアント装置 202 において、店員又はユーザ自身が、ユーザ ID（新規の場合は新規発行する）を入力し、売上金額を上記店員の手入力、またはネット購買の場合のユーザ操作に応じて自動的に入力すると、それらのデータはインターネット 203、事業者（所定の店舗又はメーカ又はそれらのグループ）の販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 内のルータ 204 およびローカルエリアネットワーク (LAN) 205 を経由して、販促ポイ

ント発行・消費サーバシステム 200 内のサーバ 206 に転送される。サーバ 206 は、そのユーザ ID に対して、その売上金額に対する一定割合の金額に相当する流通単位である販促ポイントを、あらかじめ定められたポイント発行条件に従って発行し、販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 内の記憶装置 207 に累積する。このときユーザは、  
5 これまでに貯めたポイントを使って商品・サービス購入価格の割引を受けることももちろん可能であり、その場合は、あらかじめ定められたポイント消費条件に従ってポイントを使用した後の購入価格、購入後のポイント残高などがサーバ 206 によって計算され、その結果は店  
10 舗 201 内の販促ポイントクライアント装置 202 に表示されると共に、販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 内のサーバ 206 に更新・保存される。なお、販促ポイントの上記発行履歴・消費履歴は、販促ポイントの発行条件および消費条件と共に、販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 内のサーバ 206 で管理され、記憶装置 207 に保存  
15 される。

以上は、所定の店舗又はメーカ又はそれらのグループ内に限定されて提供される販促用電子ポイントの発行・消費サービスであり、このサービスは図 2 において、店舗 201 に置かれる販促ポイントクライアント装置 202 またはユーザ宅 209 に置かれる PC 210 と事業者の販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 とが、インターネット 203 を介してデータを通信し合うことで実現されるものであるが、本発明では、  
20 図 2 においてこの構成に、新たに販促ポイント交換取引センタ 211 をインターネット 203 を介して接続する。この全体の構成により、店舗 201 に置かれる販促ポイントクライアント装置 202 またはユーザ宅 209  
25 に置かれる PC 210、および事業者の販促ポイント発行・消費サーバシ

システム 200 が、インターネット 203 を介して販促ポイント交換取引センタ 211 とデータを通信し合うことにより、目的とする販促ポイント交換取引サービスが実現される。なお、この販促ポイント交換取引センタ 211 は、図 2 の構成例ではサーバ 215、記憶装置 216 および情報  
5 入出力装置 217 から成る販促ポイント交換サーバシステム 214、ルータ 212、および LAN 213 によって構成されるが、本発明はこの構成に限定されるものではなく、たとえば記憶装置やルータ、LAN の、全部あるいは一部がサーバ本体と一体化されていたり、サーバが汎用の PC であつたりしてもよい。

- 10 図 1 において、本販促ポイント交換取引サービスを受けようとするユーザ（消費者）は、まず本システムへの会員登録を行なう（図 1 の手順①）。ユーザはこの登録を、たとえば、店舗（図 2 の 201）におかれた販促ポイントクライアント装置 202、あるいはユーザ宅内に置かれた販促ポイントクライアント装置（実際にはインターネットに接続  
15 された PC 210）に表示される Web ブラウザ画面上で、画面に示される指示に従って入力することにより実行できる。販促ポイントクライアント装置 201 あるいは PC 210 は、インターネット 203、および販促ポイント交換取引センタ 211 内のルータ 212 および LAN 213 を通じて販促ポイント交換サーバシステム 214 に接続されており、上記入力プロセスは、販促ポイント交換サーバシステム 214 と、販促ポイントクライアント装置 202 または PC 210 との間での、データの授受によって実行される。すなわち販促ポイントクライアント装置 202 または PC 210  
20 に表示される入力画面は図 2 の販促ポイント交換サーバシステム 214 のサーバ 215 によって作成され、LAN 213、ルータ 212、インターネット  
25 ト 203 を通じて、販促ポイントクライアント装置 202 または PC 210 に

送られる。

図3は会員登録の際に表示される販促ポイントクライアント装置202またはPC210の画面の例であり、図1の画面(A)の具体例である。

図3画面における「入会時、登録項目」300は、まずユーザが本拡販  
5 ポイント交換取引システムの会員になるためのプロフィールデータとして必要な登録項目であり、「加盟ポイントサービス登録」301は、会員がポイント交換サービスを受けることを希望する商品・サービス提供事業者についての情報を、システム登録しておくために必要名入力項目である。

10 一方本販促ポイント交換取引システムによるポイント交換取引サービスに参加を希望する事業者(図1の101)は、まず本サービスへの加盟時に事業者情報を本システムに登録する(図1の画面(B))。図4はその登録の際の入力画面として、本販促ポイント交換取引システムが提供する画面の具体例である。同図において、「商品サービス事業者  
15 登録項目」400は、まず加盟事業者になるためのプロフィールデータとして必要な登録項目であり、「商品・サービス登録項目」401は、加盟事業者として提供する商品・サービスの内容についての情報である。

加盟事業者には、自らの商品・サービスを販売し、かつ販促ポイント  
20 トを自ら発行する事業者(図1において101のA事業者、B事業者、C事業者)と、商品・サービスは提供するが自らは販促ポイントを発行しない事業者(図1において101のD事業者、E事業者)とがあるため、図4の登録画面はいずれの事業者にも対応できるようにしてある。

図4の画面は、図2の販促ポイント交換サーバシステム214のサーバ215によって作成され、LAN213、ルータ212、インターネット203  
25

を通じて加盟事業者に送られる。加盟事業者自らが図 2 の販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 を所有・運用している場合は、この画面情報は販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 のルータ 204、LAN 205 を介してサーバ 206 に送られ、情報入出力装置 208 の表示画面に表示されるので、加盟事業者は画面の指示に従って、この情報入出力装置 208 から必要情報を入力する。

自ら販促ポイントを発行するが、図 2 の 200 のような販促ポイント発行・消費サーバシステムを自らは所有・運用せずに他の事業者または他の専用オペレータ（本発明の販促ポイント交換取引センタ 211 のオペレータがこの専用オペレータを兼ねる場合を含む）の販促ポイント発行・消費サーバシステムのサービスに依存する事業者、あるいは自ら販促ポイントは発行せず商品・サービスの販売のみを行う事業者は、店舗に置かれる販促ポイントクライアント装置（図 2 の 202）と同様な専用装置、あるいはユーザ宅に置かれる PC（図 2 の 210）と同様な、インターネットに接続された PC によって登録画面を受け取り、同画面上で必要情報を入力する。

なお、本発明の販促ポイント交換取引センタ 211 のオペレータが販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 の専用オペレータをも兼ねる場合は、図 2 のように販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 をわざわざインターネット 203 とルータ 212 を介して販促ポイント交換取引サーバシステム 214 に接続するのではなく、販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 を直接販促ポイント交換取引サーバシステム 214 の LAN 213 に收容する構成であってもよい。またその場合、販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 と販促ポイント交換取引サーバシステム 214 とを物理的に独立な 2 つのシステムとして構成す

るのでなく、たとえば物理的には販促ポイント交換取引サーバシステム 214 ひとつに統合して、その中のひとつあるいは複数のモジュールとして販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 の機能を持たせても良いし、また逆に、既存の販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 の中に、ひとつあるいは複数のモジュールとして販促ポイント交換取引サーバシステム 214 の機能を持たせるように拡張することで実現してもよい。

図 1 (B) の画面を通じて加盟登録を済ませた事業者は、以後随時、自分の商品・サービスをユーザに宣伝する商品モール画面を、本販促ポイント交換取引センタ (図 2 の 211) の販促ポイント交換サーバシステム 214 を通じて、会員に送付することができる。

また加盟登録後の随時、販促ポイントを発行する事業者は、自分の発行する販促ポイントに関する必要情報、すなわちポイントレートテーブルを、販促ポイント交換取引センタ 211 内の販促ポイント交換サーバシステム 214 に登録する (図 1 の (C))。このときの登録画面の例を図 5 および図 6 に示す。

登録の具体的な手順は加盟登録の場合と同様である。すなわち図 5、6 の画面は、図 2 の販促ポイント交換取引センタ 211 内の販促ポイント交換サーバシステム 214 のサーバ 215 によって作成され、LAN 213、ルータ 212、インターネット 203 を通じて加盟事業者に送られる。加盟事業者自らが図 2 の販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 を所有・運用している場合は、これらの登録画面情報は販促ポイント発行・消費サーバシステムのルータ 204、LAN 205 を介してサーバ 206 に送られ、システムの情報入出力装置 208 の画面に表示されるので、加

盟事業者は画面の指示に従って必要情報を入力する。

なお、自らの販促ポイント発行・消費サーバシステム 200 を持たない事業者は、本販促ポイント交換取引システムへの事業者としての加盟登録の場合と同様に、店舗に置かれる販促ポイントクライアント装置（図 2 の 202）と同様な専用装置、あるいはユーザ宅に置かれる PC（図 2 の 210）と同様な、インターネットに接続された PC に、図 5、6 の登録画面情報が販促ポイント交換取引サーバシステムから送付され、その表示装置画面上に表示されるので、その画面に従って必要情報を入力する。

- 10 図 5 中 500 の「ポイント情報」は加盟事業者の販促ポイントサービスに関する基本的情報（ポイントサービス名称、発行条件、消費条件、サービスの特長、および基準交換価格など）である。同図 501 の「基準交換価格」とは、その加盟事業者が 1 ポイントを何円に相当させるかの基準交換レートである。また同図 502 の「加盟企業業種別レート
- 15 設定」は、自分の発行したポイントが使用される商品・サービスを提供する加盟事業者の業種によって交換レートの設定を変えられる欄であり、たとえば自分と同一業種の事業者の商品・サービス購入に使われる場合はレートを低く設定し、また自分の商品・サービスの販売拡大につながるような他業種の事業者の商品・サービス購入に使われる
- 20 場合はレートを高く設定するなど、加盟事業者は戦略的にレートの決定が行える。また各加盟企業業種別レートとしては、通常使用する標準レートと、一定の条件のもとで使用する設定レートの両方を登録することができる。

- 図 6 中の 600 「商品・サービス個別事業者別レート設定」は、さらに詳細に、
- 25



自分以外の他事業者の商品・サービスの購入に自分の発行したポイントが使用される場合の交換レートを、個々の他業者毎に設定する欄であり、やはり通常使用する標準レートと、一定の条件のもとで使用する設定レートの両方を登録することができる。

- 5 図6中の601「利用者別レート設定」は、あらかじめ用意された利用者（ユーザ）プロフィールの定義項目毎に、交換レートを設定する欄である。この設定により、事業者は自社の商品・サービスの反復購入者（優良顧客）を優遇したり、特定の販促キャンペーンに対するターゲットユーザを絞ったりするなど、販促戦略の巾を大きく広げることが可能となる。

- 10 図5、図6の各画面で各加盟業者から随時入力された販促ポイントデータは、図2の販促ポイント交換取引サーバシステム214のサーバ215で各加盟業者毎の「加盟店ポイントレートテーブル」としてまとめられ、記憶装置216に保存される。このテーブルは新しい入力がある都度、更新される。

15 会員が蓄積したポイントを商品・サービスの購入に使用するときは、各加盟事業者の蓄積ポイント毎に、（蓄積したポイント数）×（基準交換価格）×（加盟事業者が設定する上記の各交換レートの積）で定まるポイント時価が、実際に使用できるポイント価値となる。

- 20 図1の手順①により本販促ポイント交換取引システムの会員として登録されたユーザは、蓄積した販促ポイントを、本システムを通じて、本システム加盟事業者の商品・サービスの購入に使用することができる。加盟事業者の商品モール画面などで購入したい商品を決めたら、ユーザは保持するポイントの使い方を決めるために、その商品・サービスの時価見積もりを本販促ポイント交換取引システムに要求する
- 25

(図1の手順②)。この要求の方法はユーザ登録の場合と全く同様に、図2における店舗内の販促ポイントクライアント装置202、またはユーザ宅内のPC210から行なうことができる。

この要求に対して販促ポイント交換取引システム214のサーバ215  
5 は、各加盟事業者の販促ポイント発行・消費サーバシステム(図2の200)に問い合わせてこのユーザのそれぞれのポイント残高を確認し(図1の手順③-1)、自システムの記憶装置216が保管している加盟店ポイントレートテーブルを参照して各加盟店のこの商品およびこのユーザに対する交換レートを確認し((図1の手順③-2))、その結果をもとにこのユーザが使用できるポイントの時価を計算して、ユーザに回答する(図1の手順④)。この見積回答画面(図1の(D))の例を図7A及び図7Bに示す。

図7Aの例で、ユーザは「たこ焼きプレート」の購入(所有ポイントとの交換)を求めており、その時価は1,600円である。なお、この  
15 商品の価格等の情報は、先に説明した手順で、この商品のメーカーである加盟事業者があらかじめ本販促ポイント交換取引システム214に登録してあるものとする。このユーザは本販促ポイント交換取引サービスに加盟しているA社からH社までの8事業者の販促ポイントを所有しており、それぞれの事業者別のポイント保有残高は同図中「ポイント残高(交換前)」の列に示されている。各社が設定したポイントの基準交換価格、この商品の提供事業者(またはその業種)に対する交換レート、このユーザに対する交換レートは、各販促ポイント発行・消費事業者毎にそれぞれ図7Aの「商品レート」、「利用者レート」の列に示されている。たとえばC社のポイントを例にとれば、基準交  
20 換価格1(円/ポイント)、ポイント残高3,000ポイント、商品レート  
25

- 0.8、利用者レート 0.6 であるので、このユーザが現在所有する C 社のポイントの時価は、 $1 \times 3,000 \times 0.8 \times 0.6 = 1,440$  円となる。この値が図 7 A 中「時価」の列に示されている。同図の「利用ポイント時価／入力」の列は、このユーザが判断して入力する欄であり、この例
- 5 ではユーザは A 社のポイント時価 320 円のうち 160 円、B 社のポイント時価 1,800 円のうち 900 円、C 社のポイント時価 1,440 円のうち 540 円を使って、時価 1,600 円のたこ焼きプレートを購入することを選択している。ユーザが図 7 A の画面でこの「利用ポイント時価／入力」の欄に上述のように入力することにより利用ポイントが決定され、図
- 10 2 の販促ポイント交換取引システム 214 に通知される (図 1 の手順⑤)。この選択を行って所有ポイントの一部を商品の購入に充てた後のこのユーザのポイント残高は、各加盟事業者毎に、図 7 A の「ポイント残高 (交換後)」の列に示されている。これは、たとえば C 社のポイント
- 15 トを例にとれば、 $(1,440 - 540) / (1 \times 0.8 \times 0.6) = 1,875$  ポイントの計算を、図 2 の販促ポイント交換取引システム 214 のサーバ 215 が行って、ユーザの PC 画面に表示する。また、図 7 B の「利用ポイント時価／自動」のように、図 7 A の「利用ポイント時価／入力」の欄は、ユーザによる入力だけでなく、按分等による自動計算によりその利用ポイントが決定されても良い。
- 20 販促ポイント交換取引システム 214 のサーバ 215 は、ユーザによる利用ポイントの決定通知を受け取ったら、この商品 (たこ焼きプレート) のメーカーである加盟事業者に対し商品の発注を行なう (図 1 の手順⑥-1) と共に、この販促ポイント交換取引により使用されたポイント数を各加盟事業者毎の交換前のポイント保有数から差し引いて、そ
- 25 の結果を各加盟事業者に通知する処理、すなわち精算・代金回収処理

を行う（図1の手順⑥-2）。一方、発注を受けた加盟事業者は商品をユーザに引き渡す（図1の手順⑦）。これと並行して、販促ポイント交換取引システム214のオペレータは、商品を提供した加盟事業者に対しその代金の支払いを行う（図1の手順⑧）。

5      販促ポイント交換取引システム214のサーバ215は、各会員ユーザの、以上例示したような1回の販促ポイント交換取引毎に、そのポイント交換取引の詳細内容を種々のカテゴリで整理して、「ポイント交換取引データ」としてシステムの記憶装置216に保存する。ポイント交換取引データはこのような交換取引を各加入ユーザが行う都度蓄積  
10      される。この蓄積されたデータは、販促ポイント交換取引システム214のオペレータがサービスを維持・拡充する上での、あるいは本ポイント交換取引サービスの加盟事業者がその販促戦略を構築する上でのデータとして、有効活用することができる。図8は、このようなポイント交換取引データとして保存されるデータの例を示す。

15      本発明の販促ポイント交換取引システムにおいては、ユーザが加盟事業者の商品・サービスの購入を通じて取得した販促ポイントを、電子ゲーム、アンケート、クイズなどのイベントサービスを受けるための電子チケットに交換することもできる。図9は、本販促ポイント交換取引システムの会員であるユーザが、このようなイベントサービスの  
20      の例としてゲーミングサービスを受ける時の、処理の流れを示すものである。また図2のゲームサーバシステム218は、このような電子ゲーム等をサービスとして提供する、本販促ポイント交換取引システムの加盟事業者のサービスシステムの構成例を示す。このゲームサーバシステム218は、たとえば図2に例示するようにサーバ219、記憶装置220、情報入出力装置223、ルータ222、およびLAN221により構成  
25      される。

できるが、本発明は必ずしもこの構成に限定するものではなく、たとえば記憶装置やルータがサーバ本体と一体化されていたり、サーバが汎用の PC であったりしてもよい。

ユーザはまず、先に説明した販促ポイントと商品・サービスの交換取引の手順に従って、所有する販促ポイントを、ゲーム事業者の発行するゲーム参加用電子チケットに交換する。すなわち、図 2 の販促ポイントクライアント装置 202 あるいは PC 210 を用いての、販促ポイント交換取引センタ 211 との所定のやり取りの後、ユーザは本販促ポイント交換取引サービスの加盟事業者であるゲーム事業者から、ゲーム参加用の電子チケットを受け取る（図 1 および図 9 の手順⑦）。ユーザはこのチケットを用いて、ゲーム事業者の提供するゲーム、アンケート、クイズ等のイベントに参加して（図 9 の手順 I）、実際にプレーし（同図手順 II）、その得点・回答内容等に応じた配当として電子チェックを受け取る（同図手順 III）。ユーザは受け取った電子チェックを貯め、一定額になったら、ゲーム事業者が提供する Web 上の商品モール等で選んだ商品との交換を要求することができ（同図手順 IV）、ゲーム事業者はその要求に応じてユーザに商品を渡す（同図手順 V）。

ゲーム事業者は、図 2 に例示したように、本販促ポイント交換取引サービスの加盟事業者として独立の事業者であってもよく、また本発明の販促ポイント交換取引センタ（図 2 の 211）を運用するオペレータが兼務してもよい。後者の場合は、図 2 のようにゲームサーバシステム 218 がわざわざインターネット 203 とルータ 222、212 を介して販促ポイント交換サーバシステム 214 に接続される必要はなく、ゲームサーバシステム 218 が直接販促ポイント交換センタの LAN 213 に収容される構成をとってもよい。あるいは、販促ポイント発行・消費サー

バシシステム 200 とゲームサーバシシステム 214 とを物理的に独立な 2 つのシステムとして構成するのでなく、たとえば物理的には販促ポイント交換取引サーバシシステム 214 ひとつに統合して、その中のひとつあるいは複数のモジュールとしてゲームサーバシシステム 200 の機能を持たせても良い。

### 産業の利用可能性

本発明の販促ポイント交換取引方法およびシステムによれば、加盟する企業・店舗などの事業者は、自社の発行するポイントがユーザによって自社および他社の商品・サービスに交換されときの交換比率を、随時、柔軟に設定することができる。これによりたとえば商品・サービスによってポイントの価値を変えることができ、自社商品・サービスの再購入・再利用にユーザを誘導することができる一方、他社商品・サービスの購入・利用を望むユーザの要求にも応えることができる。

また本発明によれば、事業者は自社ポイントが使用された場合の情報（商品・サービス、交換した日付、ユーザのプロファイル等）を、自社商品の販売戦略やカスタマ・リレーション・マネジメント戦略に活用することができる。

また本発明の販促ポイント交換取引システムの会員となるユーザにとっては、異なる事業者が発行するポイントを合算して利用することができるので少額のポイントでも無駄にしないで済む、ポイントの時価見積もりを行うことで購入したい商品・サービスの比較ができるので、より有利な購入・より効率的なポイントの使用が可能になる、等の効果がある。

## 請求の範囲

1. 販売促進用電子流通単位（ポイント）を流通させるための電子流通方法であって、ユーザによる端末操作に対し、設定されているポイント発行条件又はポイント消費条件に基づき、電子流通単位であって、

5 所定の店舗毎、メーカー毎又はそれらのグループ毎に発行され、それらの中で流通する販売促進用ポイントを発行又は消費し、上記ポイントの発行条件と消費条件、上記ポイントの発行履歴と消費履歴、をそれぞれ管理する販促ポイント発行・消費手段と、該ポイントを、前記所

10 定の店舗、メーカー又はそれらのグループ内のみならずより広範囲に流通するポイントとして機能させるための販促ポイント交換取引手段とを備え、該販促ポイント交換取引手段は、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格と、ポイントを発行する店舗、メ

15 ーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を、前記基準価格および交換比率をもとに算出して交換取引を行う過程を含むことを特徴とする電子流通方法。

20

2. 前記自分又は自分のグループで消費されるポイントと前記自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントの基準価格との交換比率が、商品・サービスを提供する企業・店舗毎、または商品・サービス毎に設定可能であることを特徴とする、前記請求項1に記載の電子流通方法。

25

3. 前記ポイントの交換比率が、さらに季節等の時間・期間やポイント  
を消費する会員（ユーザ）の属性によっても設定可能であることを  
特徴とする、前記請求項2に記載の電子流通方法。

4. 前記ポイントの交換比率が、前記販促ポイント発行・消費手段の  
5 情報入出力装置等からいつでも変更可能であり、また変更された交換  
比率がリアルタイムで前記ポイントの交換取引に反映されることを特  
徴とする、前記請求項1に記載の電子流通方法。

5. 前記ポイントの交換取引データが、当該ポイントを発行した店舗、  
メーカ又はそれらのグループにフィードバックされることを特徴とす  
10 る、前記請求項1に記載の電子流通方法。

6. 前記ユーザによる端末操作が、商品又は景品を注文するホームペ  
ージに対するアクセス操作であることを特徴とする、前記請求項1に  
記載の電子流通方法。

7. 前記ポイントが、広告ホームページやバナー等へのアクセス等に  
15 よって得られるポイントをも含むことを特徴とする、前記請求項6に  
記載の電子流通方法。

8. 販売促進用電子流通単位（ポイント）を流通させるための電子流  
通システムであって、ユーザによる端末操作に対し、設定されている  
ポイント発行条件又はポイント消費条件に基づき、電子流通単位であ  
20 って、所定の店舗毎、メーカ毎又はそれらのグループ毎に発行され、  
それらの中で流通する販売促進用ポイントを発行又は消費し、上記ポ  
イントの発行条件と消費条件、上記ポイントの発行履歴と消費履歴、  
をそれぞれ管理する販促ポイント発行・消費手段と、該ポイントを、  
前記所定の店舗、メーカ又はそれらのグループ内のみならずより広範  
25 囲に流通するポイントとして機能させるための販促ポイント交換取引



手段とを備え、該販促ポイント交換取引手段は、ポイントを発行する店舗、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格と、ポイントを発行する店舗、メーカ又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を、前記基準価格および交換比率をもとに算出して交換取引を行う過程を含むことを特徴とする電子流通システム。

10 9. 前記自分又は自分のグループで消費されるポイントと前記自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントの基準価格との交換比率が、商品・サービスを提供する企業・店舗毎、または商品・サービス毎に設定可能であることを特徴とする、前記請求項8に記載の電子流通システム。

15 10. 前記ポイントの交換比率が、さらに季節等の時間・期間やポイントを消費する会員（ユーザ）の属性によっても設定可能であることを特徴とする、前記請求項9に記載の電子流通システム。

11. 前記ポイントの交換比率が、前記販促ポイント発行・消費手段の情報入出力装置等からいつでも変更可能であり、また変更された交換比率がリアルタイムで前記ポイントの交換取引に反映されることを特徴とする、前記請求項8に記載の電子流通システム。

20 12. 前記交換比率を含む消費条件に基づくユーザのポイント時価見積をユーザ端末に表示し、ユーザが該表示内容を見ながら商品・サービスの購入等に必要な消費ポイントを手動入力または自動計算により  
25 指定ができるようにした処理を含むことを特徴とする、前記請求項8

に記載の電子流通システム。

13. 前記ポイントの交換取引データが、当該ポイントを発行した店舗、メーカー又はそれらのグループにフィードバックされることを特徴とする、前記請求項8に記載の電子流通システム。

5 14. 前記ユーザによる端末操作が、商品又は景品を注文するホームページに対するアクセス操作であることを特徴とする、前記請求項8に記載の電子流通システム。

15. 前記ポイントが、広告ホームページやバナー等へのアクセス等によっても得られるポイントをも含むことを特徴とする、前記請求項

10 14に記載の電子流通システム。

16. 前記請求項1記載の方法または前記請求項8記載のシステムにおいて、前記販促ポイント交換・取引手段が、ポイントを発行する店舗、メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントの基準価格と、ポイントを発行する店舗、  
15 メーカー又はそれらのグループが任意に設定する自分又は自分のグループで消費されるポイントと自分又は自分のグループ以外で消費されるポイントとの交換比率とを管理し、ユーザの要求に応じ、ユーザの求める商品・サービスとの交換に必要なポイント数を、前記基準価格および前記交換比率をもとに算出して交換取引を行う処理を、実行可能な  
20 プログラムとして記憶した記憶媒体。

17. 前記請求項1記載の方法または請求項8記載のシステムにおいて、前記販促ポイント発行・消費手段の情報入出力装置等によって随時変更された前記ポイントの交換比率が、前記販促ポイント交換・取引手段によりリアルタイムで前記ポイントの交換取引に反映される処

25 理を含む、実行可能なプログラムを記録した記録媒体。

18. 前記交換比率を含む消費条件に基づくユーザのポイント時価見  
積をユーザ端末に表示し、ユーザが該表示内容を見ながら商品・サー  
ビスの購入等に必要な消費ポイントを直接入力または自動計算により  
指定ができるようにした処理を含むことを特徴とする、前記請求項1

5 7に記載の実行可能なプログラムを記録した記録媒体。

19. 前記ポイントを原資とする、各種ゲームホームページ、クイズ  
ホームページ等を設け、前記ポイントを参加権とする上記ゲームへの  
参加により得られる懸賞が上記ポイントで参加者に還元されることを  
特徴とする前記請求項1記載の電子流通方法。

10 20. 前記ポイントを原資とする、各種ゲームホームページ、クイズ  
ホームページ等を設け、前記ポイントを参加権とする上記ゲームへの  
参加により得られる懸賞が上記ポイントで参加者に還元されることを  
特徴とする前記請求項8記載の電子流通システム。

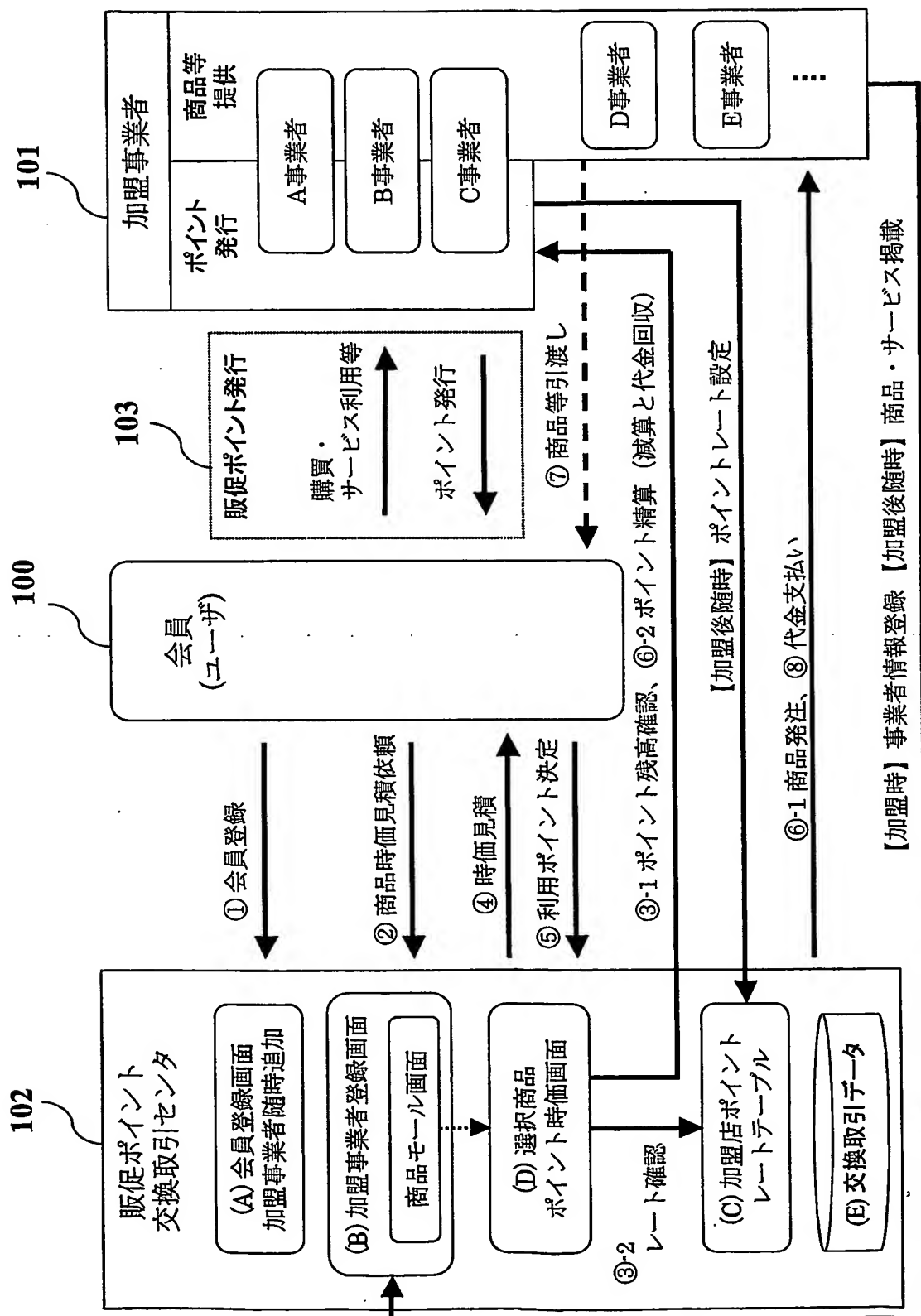


图 1

2/10

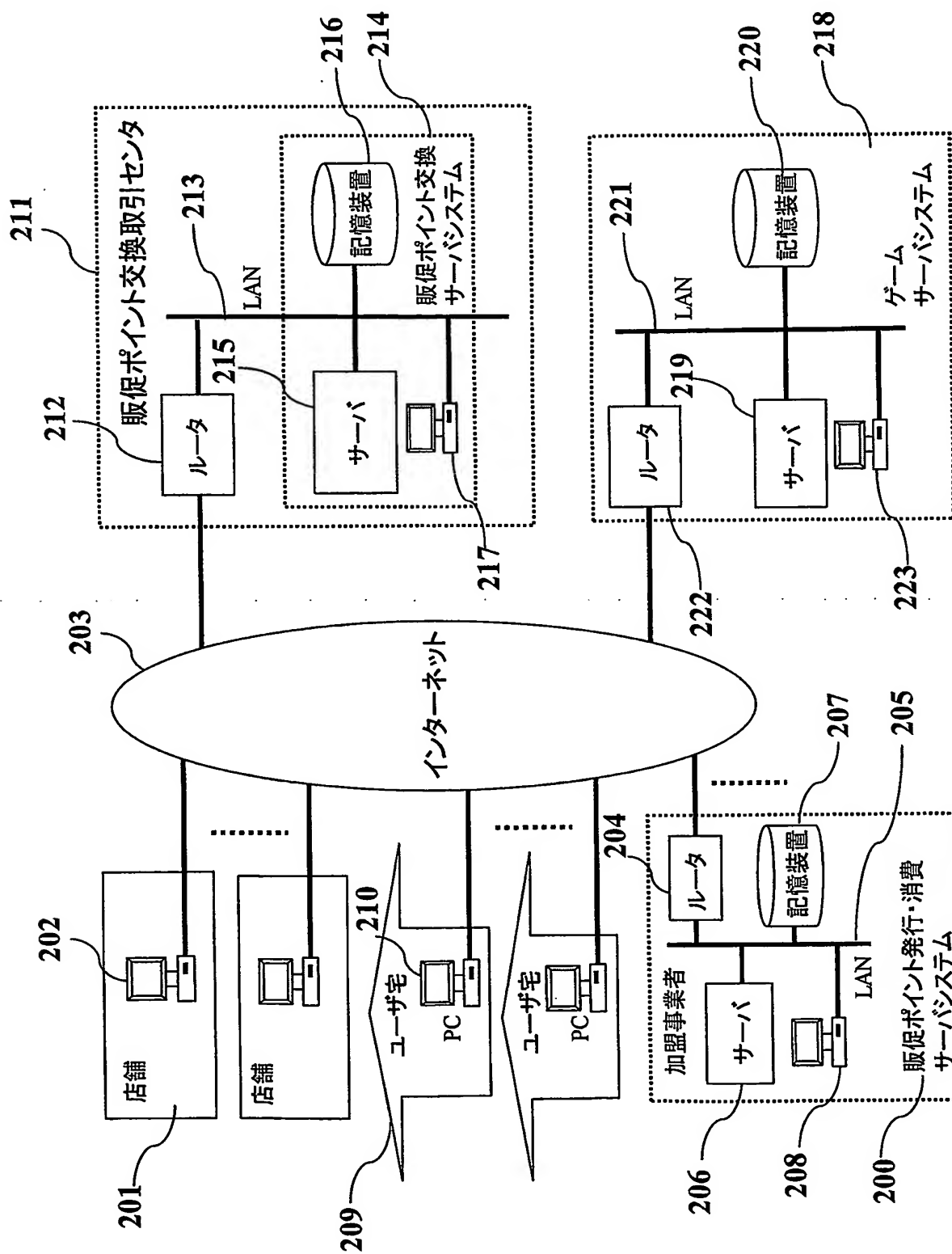


図2

301

加盟ポイントサービス登録項目

取引システム会員ID番号	
取引所会員パスワード	
.....	
加盟サービス	※ 選択
ID番号	
パスワード	

300

入会時、登録項目

ID番号	
パスワード	
メールアドレス	
性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性
生年	<input type="checkbox"/> ~1930年 <input type="checkbox"/> 1931年~1940年 <input type="checkbox"/> 1941年~1950年 <input type="checkbox"/> 1951年~1960年 <input type="checkbox"/> 1961年~1970年 <input type="checkbox"/> 1970年~1980年 <input type="checkbox"/> 1981年~
居住地	都道府県
職業	会社員
結婚	<input type="checkbox"/> 未婚 <input type="checkbox"/> 既婚
趣味 (複数選択可)	スポーツ

図3

4/10

400

商品・サービス事業者登録項目

企業名

取引システム加盟ID番号

住所

電話番号

担当者

メールアドレス

ホームページアドレス

ポイントサービス事業者  
☐ 加盟 ☐ 非加盟

業種(主な取扱商品)

営業地域

対象顧客層

企業・商品等の特徴

401

商品・サービス登録項目

企業名

取引システム加盟ID番号

.....

商品・サービス名

商品・サービスID番号

価格

商品カテゴリ

商品・サービスの特徴

※ 自動発行

図4

502

加盟企業業種別レート設定

同一業種	標準レート	設定レート
オーディオビジュアル		
チャリティー		
キャラクター		
ファッション		
産地直送品		
ヘルシーアンドビューティー		
ハウスキーピング		
キッズ		
キッチン		
スポーツアンドレジャー		
リビングアンドインテリア		
ミュージアムグッズ		
季節カタログ		
テーブルウェア		

500

ポイント情報

名称	
標準発行条件	
標準利用条件	
特徴	

標準交換価格 円/ポイント

※ 商品・サービスに対するポイントの時価は、  
下記の計算式で算出される

ポイント時価＝ポイント数×標準交換価格  
×商品・サービス事業者レート×利用者レート

図5

501



6/10

600

商品・サービス個別事業者別シート設定

商品・サービス事業者	標準シート	設定シート
A社		
B社		
C社		
D社		
E社		
F社		
G社		
H社		
I社		
J社		
K社		
L社		
M社		

601

利用者別シート設定

利用者プロフィール	標準シート	設定シート
性別	選択	1
生年	選択	1
居住地	選択	1
職業	選択	1
結婚	選択	1
趣味	選択	1

図6

7/10

ポイント時価見積										
見積商品名	商品コード	時価(円)	会員ID	標準 交換価格	ポイント残高 (交換前)	商品レート	利用者レート	時価 (円)	利用ポイント 時価/入力	ポイント残高 (交換後)
たこ焼きプレート	TK-1002T	1,600								
ポイント事業者名										
A社	1	500		0.8	0.8	320	160	250		
B社	5	1,000		0.6	0.6	1,800	900	500		
C社	1	3,000		0.8	0.6	1,440	540	1,875		
D社	3	50		0.5	0.8	60		50		
E社	1	600		1.0	0.6	360		600		
F社	5	70		0.5	0.8	140		70		
G社	2	50		0.5	0.8	40		50		
H社	1	80		0.5	0.8	32		80		
合計						4,192	1,600			

8/10

ポイント時価見積		見積商品名	商品コード	時価(円)	会員ID		
		たこ焼きプレート	TK-1002T	1,600			
ポイント事業者名	基準 交換価格	ポイント残高 (交換前)	商品レート	利用者レート	時価 (円)	利用ポイント 時価/自動	ポイント残高 (交換後)
A社	1	500	0.8	0.8	320	122	309
B社	5	1,000	0.6	0.6	1,800	687	618
C社	1	3,000	0.8	0.6	1,440	550	1,855
D社	3	50	0.5	0.8	60	23	31
E社	1	600	1.0	0.6	360	137	371
F社	5	70	0.5	0.8	140	53	43
G社	2	50	0.5	0.8	40	15	31
H社	1	80	0.5	0.8	32	12	49
合計					4,192		1,600

図7B

交換取引データ

ポイント発行会社別 取引データ、見積データ

取引番号	月日	時間	商品 サービス	事業者	利用者プロフィール				ポイント 交換数	他のポイント 事業者(A・B・C・・・)
					性別	年代	居住	職業	結婚	趣味

見積番号	月日	時間	商品 サービス	事業者	利用者プロフィール				趣味
					性別	年代	居住	職業	結婚

商品・サービス事業者別 取引データ、見積データ

取引番号	月日	時間	ポイント 事業者(A・B・C・・・)	利用者プロフィール				趣味
				性別	年代	居住	職業	結婚

商品・サービス事業者別 取引データ、見積データ

取引番号	月日	時間	ポイント 事業者(A・B・C・・・)	利用者プロフィール				趣味
				性別	年代	居住	職業	結婚

10/10

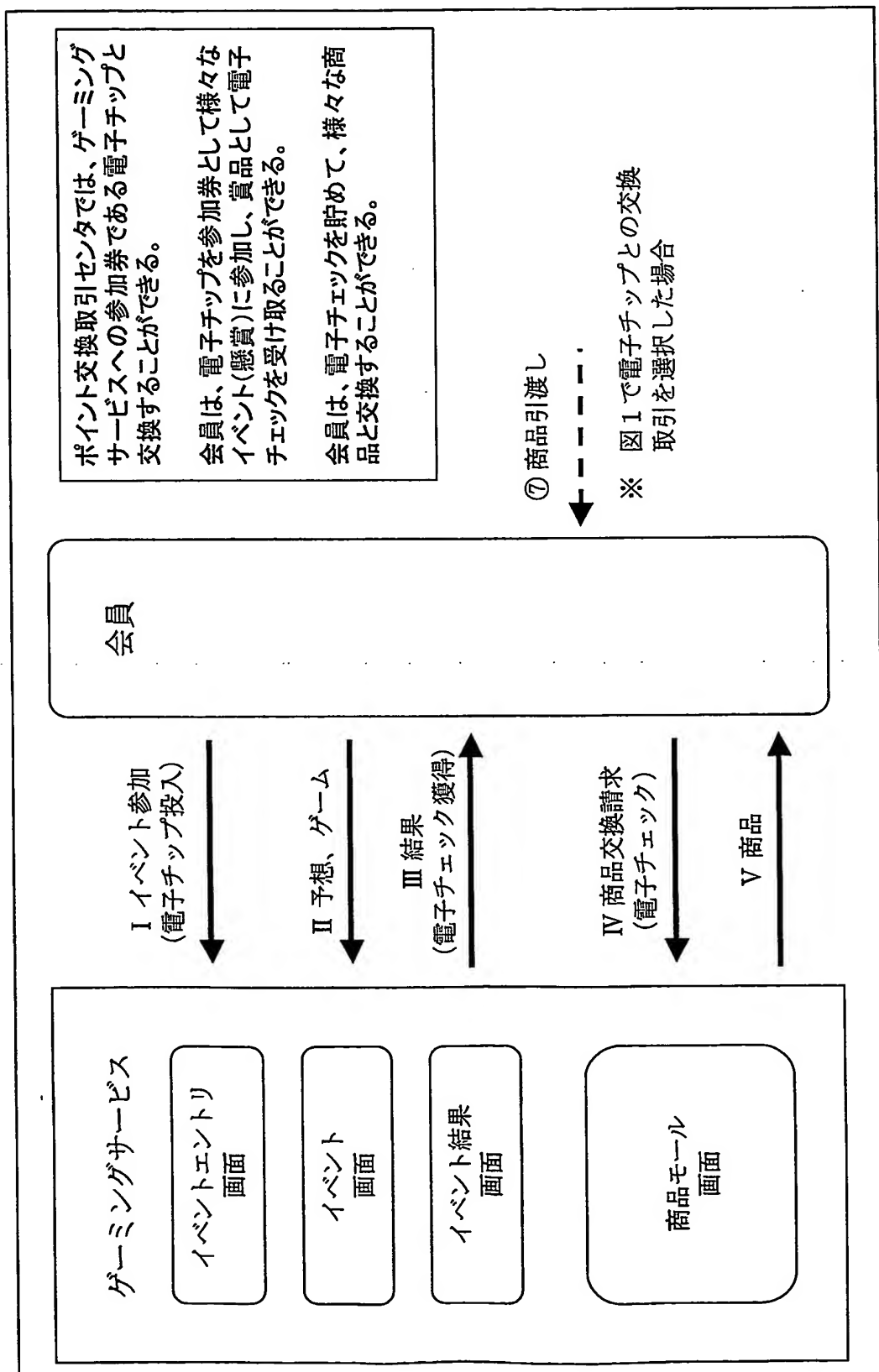


図9

## INTERNATIONAL SEARCH REPORT

International application No.

PCT/JP03/01206

## A. CLASSIFICATION OF SUBJECT MATTER

Int.Cl<sup>7</sup> G06F17/60

According to International Patent Classification (IPC) or to both national classification and IPC

## B. FIELDS SEARCHED

Minimum documentation searched (classification system followed by classification symbols)

Int.Cl<sup>7</sup> G06F17/60

Documentation searched other than minimum documentation to the extent that such documents are included in the fields searched

Jitsuyo Shinan Koho 1922-1996 Toroku Jitsuyo Shinan Koho 1994-2003

Kokai Jitsuyo Shinan Koho 1971-2003 Jitsuyo Shinan Toroku Koho 1996-2003

Electronic data base consulted during the international search (name of data base and, where practicable, search terms used)

JICST FILE (JOIS), WPI, INSPEC (DIALOG)

## C. DOCUMENTS CONSIDERED TO BE RELEVANT

Category*	Citation of document, with indication, where appropriate, of the relevant passages	Relevant to claim No.
X Y	JP 2002-207910 A (G Plan Kabushiki Kaisha), 26 July, 2002 (26.07.02), Full text; Figs. 1 to 14 (Family: none)	1, 8, 16-18. 2-7, 9-15
Y	JP 2001-325507 A (Kabushiki Kaisha Infocity), 22 November, 2001 (22.11.01), Full text; Figs. 1 to 20 (Family: none)	2-7, 9-15, 19, 20
Y	JP 2002-189914 A (Tsuyoshi KAWAJIMA), 05 July, 2002 (05.07.02), Full text; Figs. 1 to 14 (Family: none)	19, 20

☐ Further documents are listed in the continuation of Box C.☐ See patent family annex.

\* Special categories of cited documents:  
 "A" document defining the general state of the art which is not considered to be of particular relevance  
 "E" earlier document but published on or after the international filing date  
 "L" document which may throw doubts on priority claim(s) or which is cited to establish the publication date of another citation or other special reason (as specified)  
 "O" document referring to an oral disclosure, use, exhibition or other means  
 "P" document published prior to the international filing date but later than the priority date claimed

"T" later document published after the international filing date or priority date and not in conflict with the application but cited to understand the principle or theory underlying the invention  
 "X" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered novel or cannot be considered to involve an inventive step when the document is taken alone  
 "Y" document of particular relevance; the claimed invention cannot be considered to involve an inventive step when the document is combined with one or more other such documents, such combination being obvious to a person skilled in the art  
 "&" document member of the same patent family

Date of the actual completion of the international search  
09 May, 2003 (09.05.03)Date of mailing of the international search report  
20 May, 2003 (20.05.03)Name and mailing address of the ISA/  
Japanese Patent Office

Authorized officer

Facsimile No.

Telephone No.

## A. 発明の属する分野の分類 (国際特許分類 (IPC))

Int. Cl<sup>7</sup> G06F17/60

## B. 調査を行った分野

調査を行った最小限資料 (国際特許分類 (IPC))

Int. Cl<sup>7</sup> G06F17/60

最小限資料以外の資料で調査を行った分野に含まれるもの

日本国実用新案公報 1922-1996年  
 日本国公開実用新案公報 1971-2003年  
 日本国登録実用新案公報 1994-2003年  
 日本国実用新案登録公報 1996-2003年

国際調査で使用した電子データベース (データベースの名称、調査に使用した用語)

JICSTファイル (JOIS), WPI, INSPEC (DIALOG)

## C. 関連すると認められる文献

引用文献の カテゴリー*	引用文献名 及び一部の箇所が関連するときは、その関連する箇所の表示	関連する 請求の範囲の番号
X Y	JP 2002-207910 A (ジー・プラン株式会社) 全文, 第1-14図 2002. 07. 26 (ファミリーなし)	1, 8, 16-18 2-7, 9-15
Y	JP 2001-325507 A (株式会社インフォシティ) 2001. 11. 22 全文, 第1-20図 (ファミリーなし)	2-7, 9-15, 19, 20

☒ C欄の続きにも文献が列挙されている。☐ パテントファミリーに関する別紙を参照。

## \* 引用文献のカテゴリー

「A」特に関連のある文献ではなく、一般的技術水準を示すもの  
 「E」国際出願日前の出願または特許であるが、国際出願日以後に公表されたもの  
 「L」優先権主張に疑義を提起する文献又は他の文献の発行日若しくは他の特別な理由を確立するために引用する文献 (理由を付す)  
 「O」口頭による開示、使用、展示等に言及する文献  
 「P」国際出願日前で、かつ優先権の主張の基礎となる出願

の日の後に公表された文献

「T」国際出願日又は優先日後に公表された文献であって出願と矛盾するものではなく、発明の原理又は理論の理解のために引用するもの  
 「X」特に関連のある文献であって、当該文献のみで発明の新規性又は進歩性がないと考えられるもの  
 「Y」特に関連のある文献であって、当該文献と他の1以上の文献との、当業者にとって自明である組合せによって進歩性がないと考えられるもの  
 「&」同一パテントファミリー文献

国際調査を完了した日

09. 05. 03

国際調査報告の発送日

20.05.03

国際調査機関の名称及びあて先

日本国特許庁 (ISA/JP)  
 郵便番号100-8915  
 東京都千代田区霞が関三丁目4番3号

特許庁審査官 (権限のある職員)

青柳 光代

5 L

4100

電話番号 03-3581-1101 内線 3560

## C (続き) . 関連すると認められる文献

引用文献の カテゴリー*	引用文献名 及び一部の箇所が関連するときは、その関連する箇所の表示	関連する 請求の範囲の番号
Y	JP 2002-189914 A (河島 剛士) 2002. 7. 5 全文, 第1-14図 (ファミリーなし)	19, 20